



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

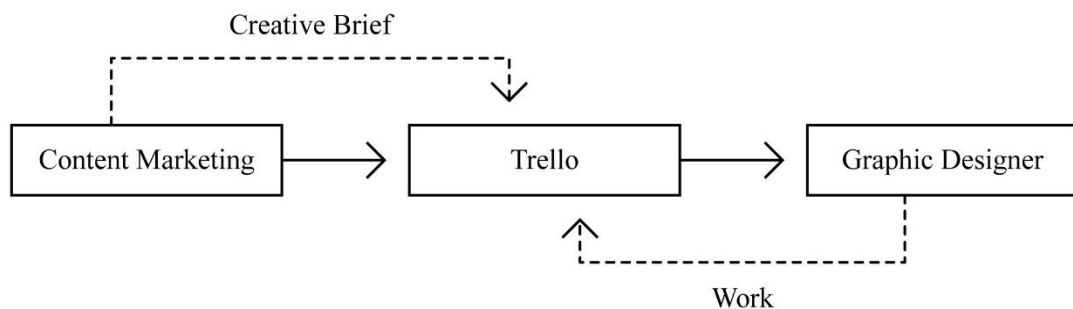
Ruangguru merupakan perusahaan di bidang teknologi dan pendidikan yang mempunyai struktur organisasi untuk kepentingan perusahaan. Setiap orang ditempatkan sesuai bidang dan kemampuan masing-masing. Koordinasi pekerjaan yang dilakukan penulis dipimpin oleh Bhaskoro Ajie sebagai *Lead Graphic Designer* dan Fakhri Aristo sebagai *Graphic Designer*.

1. Kedudukan

Penulis diposisikan sebagai *Graphic Designer Intern* yang ditempatkan pada *Creative Marketing Graphic Designer*. Tugas utama penulis adalah merancang konten *Instagram Brain Academy* dan *Graphic Standard Manual Brain Academy*. Pekerjaan lainnya adalah membuat *digital ads*, poster, dan aset untuk video animasi Ruangguru.

2. Koordinasi

Bagan alur koordinasi penulis saat kerja magang di Ruangguru adalah:



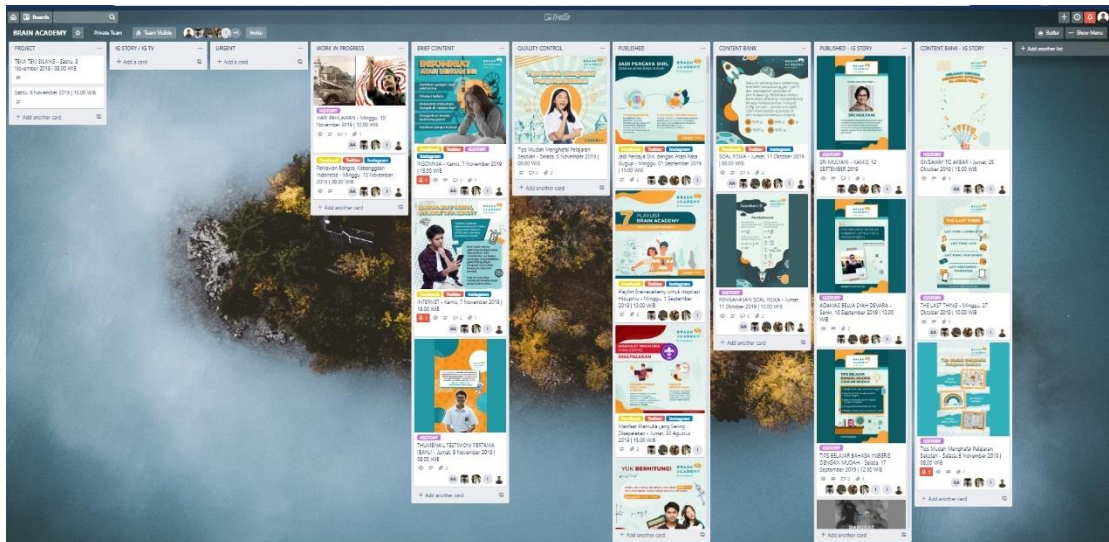
Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

Penulis dan setiap karyawan Ruangguru mendapat *email account* dari Ruangguru. Email ini digunakan untuk mempermudah komunikasi antar karyawan dan pengumuman di Ruangguru.



Gambar 3.2. *Email Account* Ruangguru

Aplikasi *Trello* adalah aplikasi kolaborasi untuk mempermudah penyelesaian proyek dengan orang lain dalam jumlah banyak. Penulis menggunakan aplikasi *Trello* untuk pengerjaan bersama dengan *Content Marketing*, *Graphic Designer Lead*, dan *Graphic Designer* yang terhubung dengan email account Ruangguru.



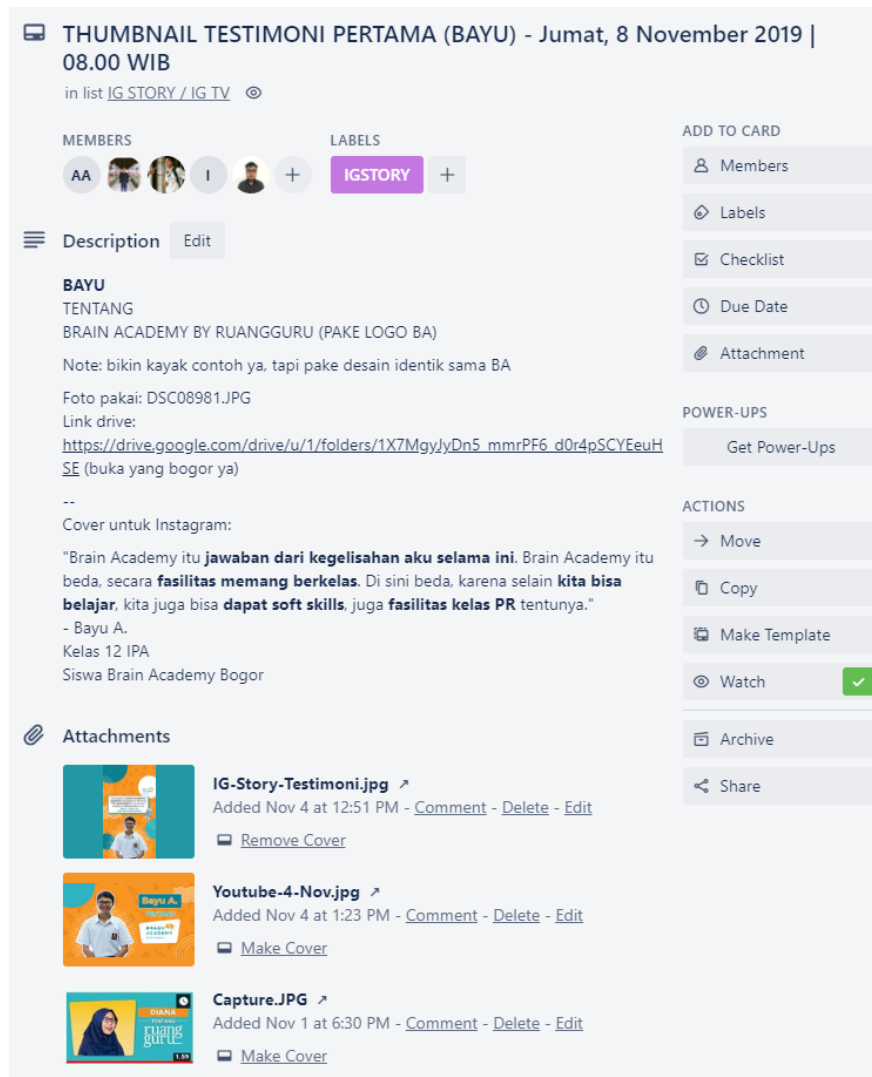
Gambar 3.3. *Trello Brain Academy*

Di aplikasi *Trello* terdapat 10 kolom untuk mempermudah dan memperjelas pengerjaan yang dilakukan. Kolom pertama adalah *Project* berisi kartu yang di dalamnya terdapat *creative brief* dalam bentuk *copy writing* yang dibuat oleh *Content Marketing*. Pada kartu ini terdapat juga *deadline* pekerjaan dan media sosial apa saja yang akan digunakan untuk konten tersebut. Siapapun yang diundang ke dalam *Trello Brain Academy* dapat menulis komentar, memindahkan kartu atau mengedit isi kartu. Pekerjaan yang sudah selesai dapat dilampirkan ke dalam kartu tersebut.



Gambar 3.4. Kartu pada Kolom *Project Trello Brain Academy*

Kolom kedua adalah *IG Story/IGTV*. Kolom ini kartu berisi *creative brief* yang akan digunakan untuk *Instagram Stories* saja atau *IGTV Brain Academy*. Di dalamnya terdapat keterangan untuk memperjelas pekerjaan.

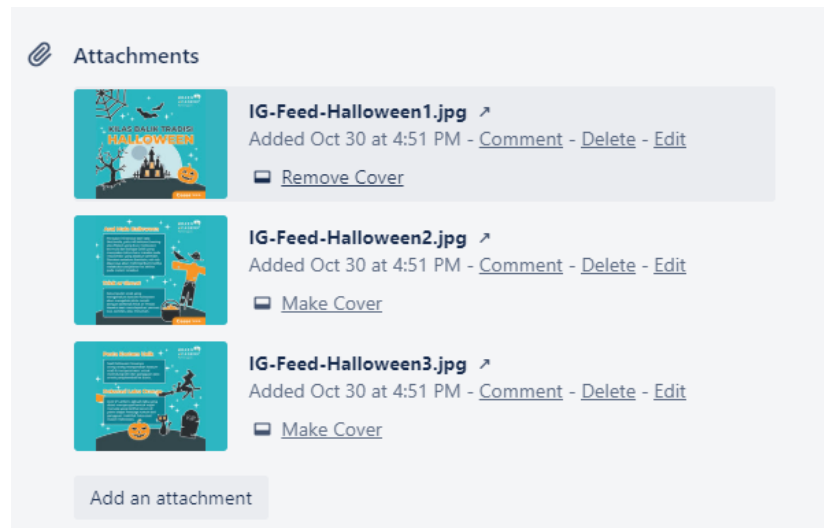


Gambar 3.5. Isi Kartu pada Kolom *IG Story/IGTV Trello Brain Academy*

Kolom ketiga adalah *Urgent* berisi *creative brief* yang diperlukan secepatnya dalam waktu singkat karena keperluan mendadak. Biasanya diberitahu satu hari sebelumnya atau pada hari itu juga.

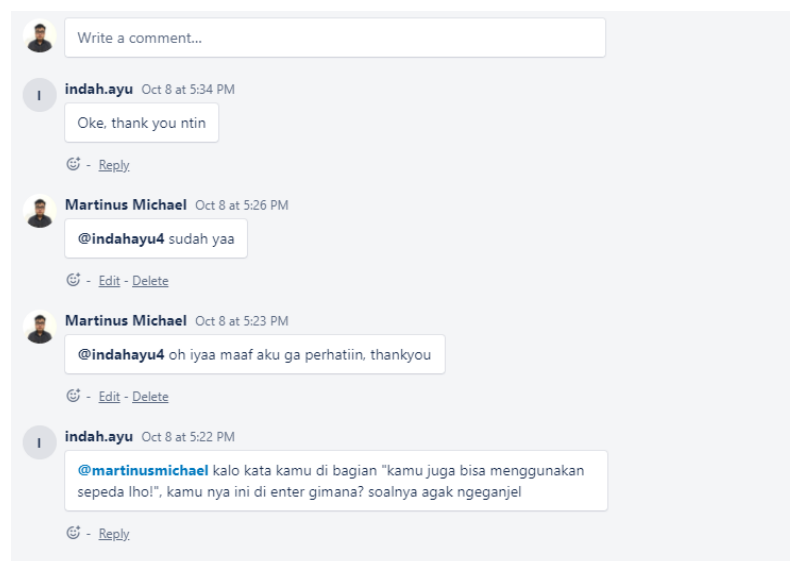
Kolom selanjutnya adalah *Work in Progress*, *Brief Content*, dan *Quality Control*. Setiap kartu yang sedang dikerjakan harus dipindahkan ke dalam kolom

Work in Progress agar tidak terulang pengerjaan oleh yang lain. Jika sudah diselesaikan, pekerjaan tersebut dilampirkan pada kartu yang dituju lalu dipindahkan ke kolom *Brief Content*.



Gambar 3.6. Pekerjaan yang Dilampirkan pada *Trello Brain Academy*

Jika ada revisi, maka *Content Marketing* akan memindahkan kartu tersebut ke kolom *Quality Control*. Pada kartu itu terdapat komentar mengenai revisi yang perlu dilakukan.



Gambar 3.7. Komentar Mengenai Revisi pada *Trello Brain Academy*

Selanjutnya ada kolom *Published*, *Content Bank*, *Published – IG Story*, dan *Content Bank – IG Story*. Pada kolom *Published* berisi kartu yang kontennya sudah diunggah ke media sosial yang dituju. Jika ada konten yang tidak jadi diunggah, maka akan dipindahkan ke *Content Bank* untuk cadangan. Kolom *Published – IG Story* dan *Content Bank – IG Story* untuk konten *Instagram Stories*.



Gambar 3.8. Kolom *Published* dan *Content Bank* Trello Brain Academy

3.2. Tugas yang Dilakukan

Berikut tabel pekerjaan yang dilakukan penulis di PT. Ruang Raya Indonesia selama 3 bulan atau 13 minggu:

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Kerja Magang

No.	Minggu	Proyek	Keterangan
1	Minggu-1	<i>Brain Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , mengedit poster Ruangguru, membuat <i>Graphic Standard Manual Brain Academy</i>
2	Minggu-2	<i>Brain Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , mengedit poster Ruangguru, membuat <i>Graphic Standard Manual Brain Academy</i>
3	Minggu-3	<i>Brain Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , mengedit poster Ruangguru, membuat <i>Graphic Standard Manual Brain Academy</i> , meeting untuk menentukan <i>key visual</i> bulan Oktober
4	Minggu-4	<i>Brain Academy</i> <i>Skill Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , mengedit poster Ruangguru, membuat <i>Graphic Standard Manual Brain Academy</i> , menjadi model dalam video <i>Skill Academy</i>

5	Minggu-5	<i>Brain Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , mengedit poster Ruangguru, membuat <i>Graphic Standard Manual Brain Academy</i> , mengedit poster <i>Brain Academy</i>
6	Minggu-6	<i>Brain Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , membuat stiker untuk video animasi Ruangguru
7	Minggu-7	<i>Brain Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , membuat poster promosi <i>Brain Academy</i>
8	Minggu-8	<i>Brain Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , pergi ke Puncak untuk evaluasi pekerjaan selama di Ruangguru
9	Minggu-9	<i>Brain Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , mengedit poster Ruangguru, <i>meeting</i> untuk menentukan <i>key visual</i> bulan November
10	Minggu-10	<i>Brain Academy</i>	Membuat konten <i>Instagram</i> , membuat <i>Graphic Standard Manual Brain Academy</i> .

Dalam laporan ini, penulis hanya memberikan penjelasan tabel di atas sampai minggu ke-10 karena sudah memenuhi ketentuan dari UMN dan adanya keterbatasan waktu pengumpulan laporan magang.

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memilih dua proyek utama selama bekerja di PT. Ruang Raya Indonesia. Pemilihan ini berdasarkan konsep dan media, yang berbeda pada proyek. Pekerjaan yang dilakukan dibimbing oleh *Content Marketing*, *Lead Graphic Designer* dan *Graphic Designer*.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Pengerjaan proyek ini berbeda-beda karena memiliki fungsi dan tujuan masing-masing. Proyek ini dilakukan cukup lama dan penulis beberapa kali mendapat pengajuan revisi karena adanya kesalahan. Berikut keterangan proyek yang dikerjakan penulis selama kerja magang di PT. Ruang Raya Indonesia:

3.3.1.1. Konten Media Sosial *Brain Academy*

Penulis diberikan tugas untuk membuat konten media sosial *Brain Academy*. Media sosial utama yang digunakan adalah *Instagram*, *Twitter*, dan *Facebook*. Target audiens untuk proyek ini adalah anak-anak yang masih sekolah dan ingin menambah ilmunya. Sebelum bulan September, pembuatan konten media sosial *Brain Academy* sudah dilakukan oleh karyawan sebelumnya. Saat penulis ditugaskan untuk membuat kontennya, desain yang dibuat mengikuti *key visual* yang sebelumnya telah ada untuk bulan September saja. *Typeface* yang digunakan untuk konten media sosial adalah *Montserrat* untuk judul dan *body copy*. Warna yang digunakan adalah hijau tua dan jingga. Warna *background* yang ditetapkan adalah hijau muda. Logo *Brain Academy* selalu ditempatkan di ujung kanan atas. Penulis ditugaskan untuk membuat ilustrasi vektor yang relevan dengan isinya. Waktu yang diberikan kepada penulis untuk pembuatan konten berbeda-beda, biasanya 1-3 hari sebelumnya. Namun, ada juga saat penulis diharuskan membuat dan menyelesaikan pembuatan konten pada hari itu juga.

Hal pertama yang dilakukan penulis adalah mencari tahu informasi dan referensi desain di internet. Contohnya saat penulis ditugaskan untuk membuat konten yang berisi tentang lagu populer *NCT Dream*. *NCT Dream* adalah grup vokal pria dari Korea Selatan. Penggemarnya adalah anak-anak muda, khususnya perempuan, dengan pakaian yang berwarna cerah. Penulis ditugaskan untuk menggabungkan konsep tersebut dengan *key visual* yang diberikan kepada penulis.



Gambar 3.9. Tugas Pertama Penulis

Creative Brief yang diberikan kepada penulis bermacam-macam jenisnya. Beberapa contohnya adalah fakta-fakta, soal pembelajaran, dan saran atau bantuan. Fakta-fakta yang diberikan biasanya untuk menambah wawasan seseorang. Contohnya adalah saat penulis ditugaskan untuk membuat konten perbedaan KRL, MRT, dan LRT. Agar mempermudah pembaca, penulis membuat tiga kolom untuk KRL, MRT, dan LRT. Agar lebih menarik penulis membuat ilustrasi dari tiga kendaraan tersebut.



Gambar 3.10. Contoh Konten Mengenai Perbedaan KRL, MRT, dan LRT

Konten lainnya yaitu soal pembelajaran. Soal yang diberikan memiliki tingkat kesulitan yang berbeda. Contoh soal yang diberikan adalah matematika tentang aritmatika. Penulis ditugaskan untuk membuat 5 rumah yang mempunyai nomor masing-masing berbeda yaitu, 3,5,9,11, dan satu nomor yang tidak diketahui. Warna yang digunakan menggunakan *key visual* dari pembimbing.



Gambar 3.11. Contoh Konten Mengenai Nomor Rumah Iqbaal

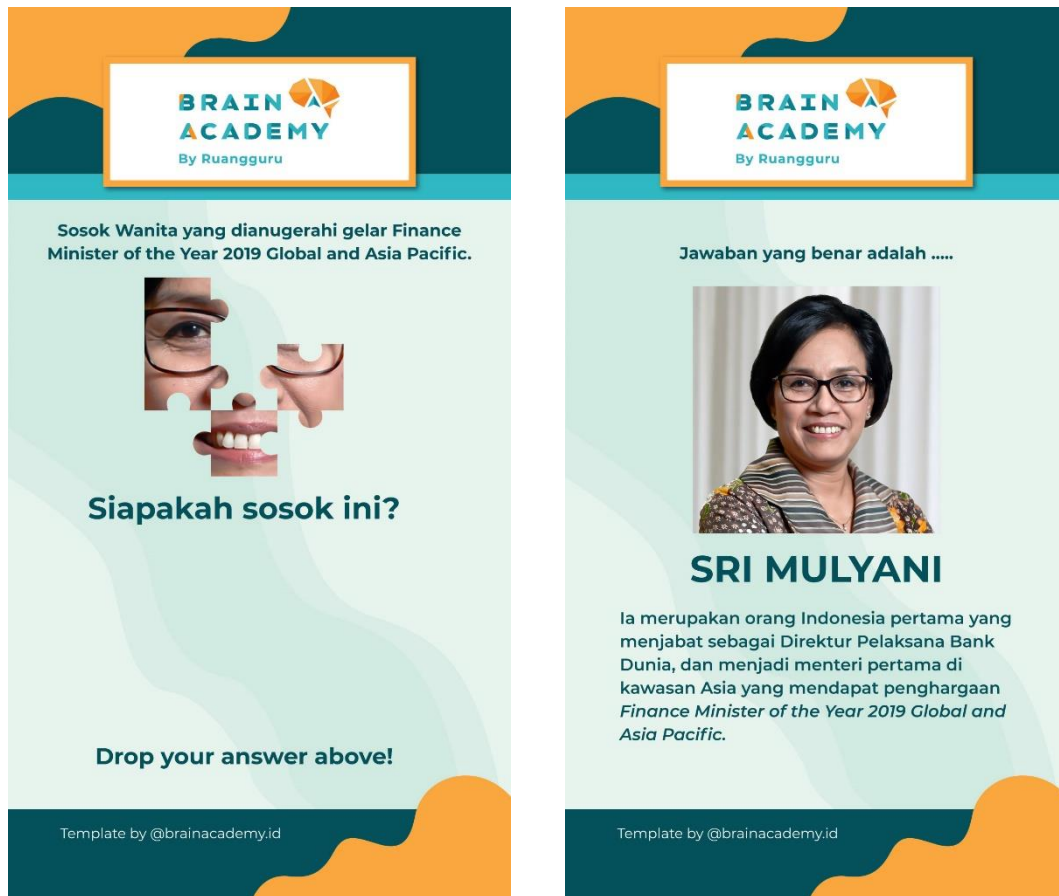
Jenis konten selanjutnya adalah saran atau bantuan. Targetnya bermacam-macam karena setiap murid berbeda-beda tingkatnya. Oleh karena itu, saran atau

bantuan yang diberikan biasanya lebih umum. Pada tugas ini, penulis membuat 5 ilustrasi orang yang sedang melakukan 5 kegiatan yang berbeda agar lebih mudah dimengerti dan menarik. Hari Sabtu dan Minggu biasanya digunakan untuk bermalas-malasan. Oleh karena itu, konten ini menyuruh pembaca untuk melakukan hal yang sebaliknya agar lebih produktif.



Gambar 3.12. Contoh Konten Mengenai *Weekend* Produktif

Untuk *Instagram Stories*, jenis kontennya hampir sama yaitu soal pembelajaran dan saran atau bantuan. Contoh soal yang diberikan adalah menebak tokoh-tokoh penting di Indonesia. Pembaca diberikan informasi foto dari tokoh tersebut. Penulis menggunakan konsep *puzzle* yang belum terselesaikan untuk menutupi foto dari tokoh agar lebih sulit diketahui. Soal ini dapat dijawab dengan fitur dari *Instagram Stories*.



Gambar 3.13. Contoh Konten Mengenai Sri Mulyani

Saran atau bantuan yang diberikan bertujuan untuk membantu murid dalam menjalani kehidupan sekolah. Salah satu tugas yang diberikan kepada penulis adalah tips belajar Bahasa Inggris dengan mudah. Penulis membuat konsep suasana kelas di sekolah dengan papan tulis dan meja guru. Buku dengan sampul bendera Negara Inggris digunakan karena sesuai dengan konsep.



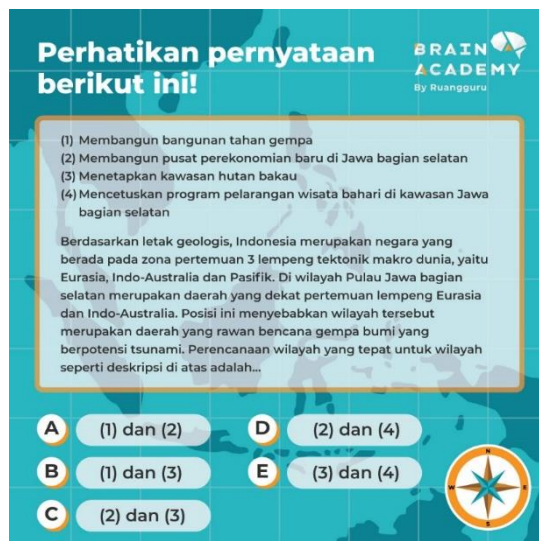
Gambar 3.14. Contoh Konten Mengenai Tips Belajar Bahasa Inggris

Pada bulan Oktober, *Brain Academy* memiliki *key visual* baru. Kali ini menggunakan warna biru dan jingga. Ilustrasi yang digunakan tetap vektor namun diberi *stroke*. *Brand ambassador* juga digunakan pada pembuatan konten. Jenis-jenis konten yang diberikan sama seperti sebelumnya. Contohnya adalah fakta mengenai meningkatnya suhu cuaca di Jakarta dan sekitarnya. Agar mudah dimengerti, penulis membuat ilustrasi matahari yang sinarnya mengenai Indonesia terutama Jakarta. Monumen Monas juga membantu pembaca dalam pemahaman konsep.



Gambar 3.15. Contoh Konten Mengenai Fakta Penyebab Jakarta Lebih Panas

Contoh soal yang diberikan adalah mengenai geografi di Indonesia. Untuk *background*, penulis menggunakan peta Indonesia dilengkapi dengan mata arah angin. Agar tulisan tetap terbaca, penulis menggunakan kotak warna putih. Agar peta Indonesia tetap terlihat, maka *opacity* kotak diturunkan.



Gambar 3.16. Contoh Konten Mengenai Perencanaan Wilayah

Pada konten bagian saran atau bantuan, salah satu tugasnya adalah mengenai hal yang penting dilakukan di kelas 12. Untuk meningkatkan *engagement*, penulis menggunakan foto salah satu *brand ambassador* dari

Ruangguru. Ilustrasi yang dibuat adalah buku, kertas, alat tulis. Hal ini dilakukan karena sesuai dengan *key visual* yang diberikan kepada penulis.



Gambar 3.17. Contoh Konten Mengenai Hal Penting di Kelas 12

Jenis konten untuk *Instagram Stories* pada bulan Oktober bertambah, yaitu mengenai hiburan. Hal ini dilakukan agar lebih banyak orang yang tahu *Brain Academy*. Penyebabnya adalah pembaca mengunggah kontennya pada akun mereka. Contohnya adalah *This or That* dan *The Last Thing*. Pada tugas ini penulis menggunakan *icon* yang menggambarkan kata-kata yang diberikan agar lebih jelas.



Gambar 3.18. Contoh Konten Mengenai Hiburan

Pada bulan November, *key visual* yang digunakan berbeda juga. Kali ini bertemakan zaman dahulu. Elemen visual utama yang digunakan adalah ilustrasi vektor hitam, kertas lama atau rusak, dan isolasi. Agar tidak terlalu membedakan dari konten yang sebelumnya, warna biru dan jingga tetap digunakan. Penulis diminta untuk melakukan eksperimen dengan *layout* yang berbeda dari sebelumnya. *Brand ambassador* kini lebih sering digunakan karena terbukti berhasil meningkatkan *engagement*.

Salah satu tugas yang diberikan adalah menanyakan pada pembaca apa saja yang dibawa pada tas sekolahnya. Penulis menggunakan salah satu *brand ambassador* agar lebih banyak pembaca yang komentar pada konten tersebut. *Background* dibuat seperti kertas yang disobek, sebagai makna apa yang di dalamnya. *Icon* yang dibuat adalah alat tulis, buku, dan lainnya yang berhubungan dengan sekolah.



Gambar 3.19. Contoh Konten Mengenai Tas Sekolah Kamu

Tugas lainnya adalah mengenai penjelasan internet lemot saat hujan. Penulis menggunakan foto orang yang kebingungan saat menggunakan *handphone*. *Icon* yang dibuat adalah koneksi internet, *handphone*, dan bola dunia yang menggambarkan jaringan internet. *Background* yang digunakan memiliki kesan tembok yang sudah lama. Logo pada konten ini terdapat lingkaran putih agar tetap jelas.



Gambar 3.20. Contoh Konten Mengenai Penyebab Internet Lemot saat Hujan

Contoh dari tugas lainnya adalah mengenai teka teki silang. Penulis menggambarkan kotak-kotanya pada sebuah kertas yang robek. Kertas yang rusak ini mendukung *key visual* bulan November. Lalu penulis juga menggunakan *icon* yang berhubungan dengan soal teka teki silang tersebut.



Gambar 3.21. Contoh Konten Mengenai Teka Teki Silang

Oleh karena kesibukan para karyawan *Content Marketing* saat itu, maka jumlah konten *Instagram Stories* sedikit. Salah satunya adalah kunci sukses menghadapi PAS. Penulis membaginya menjadi 5 dengan kertas lama yang diberi isolasi. *Icon* yang digunakan untuk memperjelas kata-kata pada konten tersebut. Warna jingga digunakan untuk menandakan kontras dari *icon* yang digunakan.



Gambar 3.22. Contoh Konten Mengenai Kunci Sukses Menghadapi PAS

Pada hari-hari tertentu, *Brain Academy* melakukan *Live Teaching*, yaitu pembelajaran dengan guru Ruangguru dengan fitur *Instagram Live*. Selama 3 bulan di Ruangguru, penulis telah membuat dua tema yang berbeda untuk pengerjaannya. Yang pertama adalah sekolah dengan ilustrasi vektor benda-benda yang biasanya ada di ruang kelas, seperti papan tulis, foto presiden, dan rak buku. Warna *background* yang dipilih adalah jingga karena belum pernah dipakai dan untuk membedakan dari yang lainnya.



Gambar 3.23. *Live Teaching* Bertemakan Sekolah

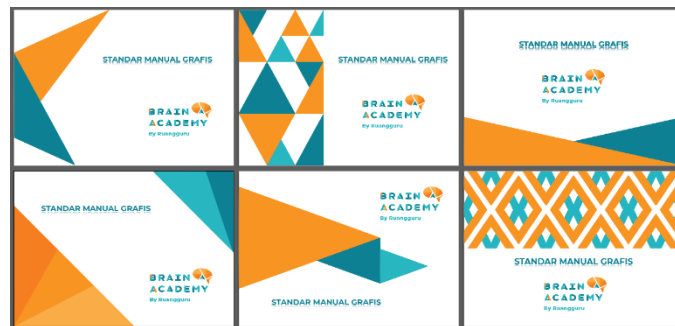
Tema kedua yang dipilih adalah *talk show* dengan ilustrasi vektor benda-benda yang biasanya dipakai, seperti meja dan lampu. Di *background* terdapat kaca yang terlihat bangunan dan langit malam. Hal ini untuk memperkuat tema dan juga karena *Live Teaching* dilakukan pada malam hari. Bayangan hitam penonton untuk mendukung tema yang dipilih.



Gambar 3.24. *Live Teaching* Bertemakan Talk Show

3.3.1.2. Pedoman Identitas Visual *Brain Academy*

Proyek ini ditugaskan kepada penulis sebagai pedoman karyawan lainnya saat ingin menggunakan logo agar tetap jelas dan tidak kehilangan identitas visualnya. Elemen grafis yang digunakan pada sampul adalah segitiga berwarna biru dan jingga yang disusun sedemikian rupa agar mendapat nilai estetika. Warna yang digunakan adalah warna dari logo *Brain Academy*. Segitiga dan persegi panjang dipilih karena logo *Brain Academy* terbuat dari dua bentuk tersebut. Kata kunci yang digunakan adalah modern, dinamis, dan geometris.



Gambar 3.25. Alternatif Sampul Pedoman Identitas Visual

Setelah membuat beberapa alternatif, akhirnya dipilih satu untuk sampul pedoman identitas visual *Brain Academy*.



Gambar 3.26. Sampul Pedoman Identitas Visual

Jenis *layout* yang dipilih adalah *Column Grid* karena bersifat fleksibel dan dapat digunakan untuk memisahkan beberapa informasi (Samara, 2005).



Gambar 3.27. *Layout* Pedoman Identitas Visual

Kode Warna logo *Brain Academy* ditentukan agar tidak berubah warnanya saat dipakai oleh banyak orang dan menjaga konsistensi logo.

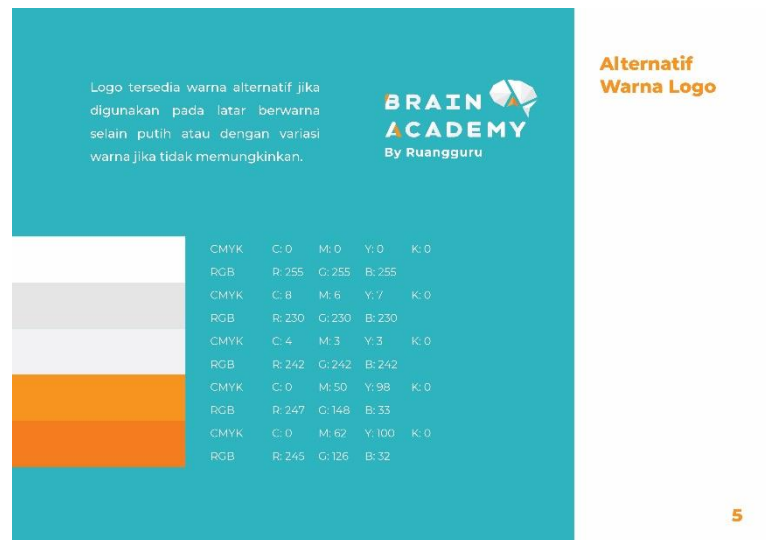
Logo Utama

Warna logo *Brain Academy* menggunakan format ini pada latar berwarna muda atau putih. Jika tidak memungkinkan, maka warna alternatif dapat digunakan.

CMYK	▶	C: 71	M: 5	Y: 26	K: 0
RGB	▶	R: 46	G: 181	B: 192	
CMYK	▶	C: 85	M: 35	Y: 36	K: 5
RGB	▶	R: 16	G: 128	B: 146	
CMYK	▶	C: 0	M: 37	Y: 62	K: 0
RGB	▶	R: 249	G: 172	B: 72	
CMYK	▶	C: 0	M: 50	Y: 98	K: 0
RGB	▶	R: 247	G: 148	B: 32	
CMYK	▶	C: 0	M: 62	Y: 100	K: 0
RGB	▶	R: 245	G: 126	B: 32	

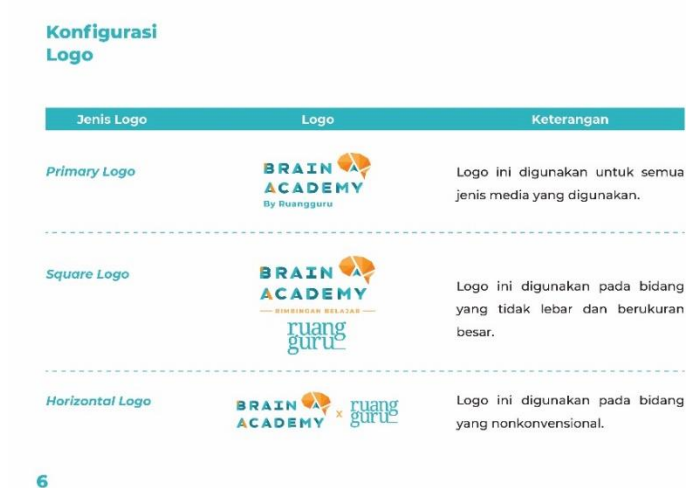
Gambar 3.28. Kode Warna Logo

Warna pada logo dapat diubah dengan warna alternatif jika digunakan pada latar berwarna selain putih atau warna lainnya yang membuat logo tidak jelas.



Gambar 3.29. Alternatif Warna Logo

Konfigurasi logo ditentukan agar dapat mengetahui logo mana yang dipakai pada media tertentu.



Gambar 3.30. Konfigurasi Logo

Komponen logo adalah *logotype* dan *logogram*. Komponen ini tidak boleh dipisahkan. *Logotype* menggunakan font *Montserrat Extra Bold* dan *Bold*.



Gambar 3.31. Komponen Logo

Jarak spasi minimum ditentukan agar logo dapat dikenali dan dibaca dengan jelas. Pengukuran jarak spasi minimum diambil dari 1,5 lebar huruf M dari logotype.



Gambar 3.32. Jarak Spasi Minimum Logo

Ukuran minimum logo ditentukan agar logo tetap terlihat jelas walaupun dengan ukuran media yang kecil.



9

Gambar 3.33. Ukuran Minimum Logo

Larangan penggunaan logo di antaranya adalah jangan mengubah ukuran tanpa skala, memanipulasi, menggunakan warna yang tidak sesuai, dan mereposisi ulang logo.



10

Gambar 3.34. Larangan Penggunaan Logo

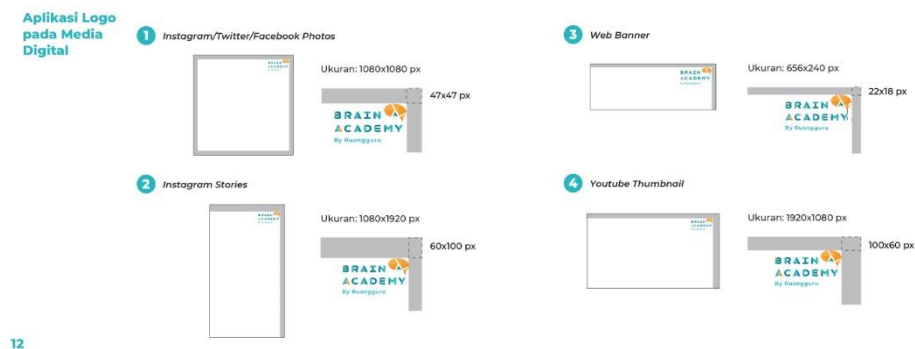
Penempatan logo di latar yang kontras dan logo tetap jelas agar tetap menjaga identitas perusahaan.



11

Gambar 3.35. Penempatan Logo

Aplikasi logo pada media untuk menentukan ukuran logo dan margin penempatan logo agar tetap terlihat jelas.



12

13

Gambar 3.36. Aplikasi Logo pada Media Digital

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Selama kerja magang di PT. Ruang Raya Indonesia, penulis dibantu oleh pembimbing dan karyawan lainnya. Walaupun begitu, penulis kadang masih merasa kesulitan mengatur waktu yang telah diberikan untuk mengerjakan tugas

karena waktunya yang sedikit. Selain itu, penulis kadang kesulitan untuk menemukan ide yang baik saat waktu yang diberikan sedikit. Revisi yang diberikan kadang juga hampir seluruh konsep yang telah dibuatnya dari awal.

3.3.3. Solusi Atas Kendalam yang Ditemukan

Penulis bertanya kepada desainer grafis lainnya jika ada kesulitan. Pembimbing juga membantu dalam memberikan saran. Karyawan lainnya juga memberi bantuan kepada penulis..